

NEUKUNDENAKQUISE

Sieben Chancen für mehr Geschäft



Foto: Photo by Hans-Peter Gauster on Unsplash

Dank der Digitalisierung haben sich die Vertriebs- und Kommunikationswege für Selbstständige vervielfacht. Was das für Trainer und Berater bedeutet, erklärt Netzwerk-Expertin Petra Polk – und stellt aus der Fülle der neuen und alten Möglichkeiten sieben Ansätze vor, die für die Neukundengewinnung besonders vielversprechend sind.

Vertrieb hat sich geändert. Die Chancen und Kanäle, das eigene Business an den Kunden zu bringen, haben sich vervielfacht. Sich selbst zu vermarkten, ist damit sehr viel leichter geworden. Allerdings nur auf den ersten Blick. Denn andererseits wird aus dem gleichen Grund der Kampf um die Aufmerksamkeit der potenziellen Interessenten immer härter. Schließlich strömen auf sie auch viel mehr Informationsangebote ein.

Selbstständige Trainer und Berater sind deshalb gefordert, klug mit den zahlreichen Marketingmöglichkeiten zu jonglieren. Weit über 30 verschiedene Möglichkeiten, neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kundenkontakte zu pflegen, lassen sich gleichzeitig nutzen. Allerdings sollte jeder Trainer und Berater seinen eigenen Mix finden und auswählen, aus welchen Puzzleteilen er seine individuelle Marketingstrategie zusammensetzt.

Jeder Anbieter entscheidet individuell, aus welchen Puzzleteilen er seine Vertriebsstrategie zusammensetzt.

Sieben mögliche Bausteine seien hier beispielhaft beschrieben.

Vertriebs-Chance 1: Das eigene Netzwerk

Beim Netzwerken denken heute ganz viele einerseits an Facebook und Co, andererseits aber auch an die persönliche Begegnung auf einschlägigen Events: Hier wie dort geht es ihnen darum, potenzielle Kunden zu treffen. Doch Netzwerken ist mehr. Wer die Chancen wirklich nutzen möchte, sollte deshalb die Perspektive wechseln und Netzwerken nicht in erster Linie als Möglichkeit verstehen, um die eigene Zielgruppe zu finden, sondern um Menschen kennenzulernen. Und zwar Menschen, die alle wiederum ein umfangreiches Netzwerk haben. Weil es dabei zunächst gar nicht mehr möglich ist, zu wissen, wer wen kennt, wird jede Person, die eine Trainerin oder ein Coach trifft, so zu einem potenziellen Empfehlungsgeber – also einem wichtigen Unterstützer für den eigenen Vertrieb.

Voraussetzung für ein solches Netzwerk potenzieller Empfehlungsgeber ist Offenheit und ein echtes Interesse an anderen Menschen. Denn nur, wer seine Gesprächspartner kennt und versteht, kann Empfehlungen aussprechen – und seinerseits auch Empfehlungen bekommen. Trainer und Berater sollten deshalb jede Gelegenheit, bei der sie mindestens eine

Person treffen, als eine solche Netzwerk-Chance sehen. Dazu gehört jegliche Kommunikation mit Menschen: auf Seminaren, Barcamps, Kongressen und Messen genauso wie in Diskussionsrunden, Coworking Spaces, auf Vernissagen, Partys und Konzerten, aber auch in virtuellen Gruppen etwa auf den Social-Media-Kanälen oder in Webinaren. Es muss nicht genau die eigene Zielgruppe auf diesen Veranstaltungen sein: Jeder kann Empfehlungsgeber sein.

Vertriebs-Chance 2: Videos

„Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“ – das ist eine alte Weisheit, doch noch mehr sagt ein Bewegtbild: Es erhöht die Chancen, bei potenziellen Kunden als Experte oder Expertin wahrgenommen zu werden enorm. Die Zahl der Konsumenten von Videos ist in den vergangenen Jahren rasant gestiegen. Es kann sich deshalb lohnen, einen professionellen YouTube-Kanal einzurichten, auf dem ein Trainer, eine Referentin oder ein Coach Videos von Bühnen, Seminaren und Workshops platziert oder gar eine Videoserie zum eigenen Thema unterhält. Videos steigern den Bekanntheitsgrad, von dem in der Regel auf den Expertenstatus geschlossen wird. Vor allem aber geben sie dem User die Möglichkeit, einen potenziellen Dienstleister mit seinem Thema authentisch und professionell ohne viel Aufwand kennenzulernen.

Da YouTube eine Plattform von Google ist, können Trainer so »zwei Fliegen« mit einer Klappe schlagen.

Mit einem aktiven YouTube-Kanal nämlich optimieren sie gleichzeitig auch ihr Suchmaschinen-Marketing, erhöhen also die Chance, über Google und Co. tatsächlich gefunden zu werden.

Der zweitwichtigste Kanal für die Verbreitung von Videos ist Facebook. Hier lassen sich mittlerweile Live-Videos integrieren, die auch auf Unternehmensseiten für sehr große Reichweiten sorgen. Diese lässt sich durch einen Blick in der Statistik der Unternehmensseite optimieren: Am besten werden die Live-Videos zu den Zeiten gebracht, an denen die Interaktion von Nutzern mit der Seite am größten ist. Zusätzlich kann es auch sinnvoll sein, die Fans selbst dazu zu befragen.

Vertriebs-Chance 3: Gelassenheit

Unverhofft kommt oft – das gilt auch für Chancen. Wer mit dem entsprechenden Optimismus durchs Leben geht, verfügt über ein wahres Wundermittel der Neukundengewinnung: Je mehr er sein Business lebt und liebt, desto mehr wird ihm diese Gelassenheit auf die Stirn geschrieben sein, und desto mehr wird

er Sogwirkung schaffen und Kunden magisch anziehen, ohne ein Wort zum eigenen Business verlieren zu müssen. Denn er tut die Dinge, bei denen er am meisten Spaß hat und mit keiner Silbe an Kundengewinnung denkt.

Das ist für jeden etwas anderes. Kunden lassen sich bei einem Konzert in einem Park in New York genauso gewinnen wie in einem Café in Kopenhagen oder beim Skifahren, bei einer Party oder in der Sauna – zumindest solange man dabei nicht aktiv darüber nachdenkt. Um sein Business in Fluss zu bekommen, kann deshalb sinnvoll sein, Arbeit und Leben nicht zu trennen und sich immer Zeit zu nehmen für die Dinge im Leben, die Spaß machen.

Vertriebs-Chance 4: Virtuelle Kommunikation

Viele glauben es noch nicht wirklich, aber es geht: über soziale Medien Kunden gewinnen. Das funktioniert jedoch nur mit der individuell passenden Strategie. Das fängt bei der Auswahl der richtigen Plattformen an. Das wichtigste Kriterium dabei: Man sollte sie mögen. Dabei reicht es, aus den Hunderten von Netzwerken drei Plattformen zu bedienen, die zur eigenen Strategie passen. Das heißt konkret: dort professionelle Profile zu erstellen und sich aktiv mit regelmäßigen Beiträgen und Kommunikation einzubringen.

Je mehr ein Trainer oder eine Beraterin bereit ist, dabei die eigene Person mit ins Spiel zu bringen, desto

erfolgreicher wird die Kommunikation fürs Business sein. Neben persönlichen Beiträgen sollten sie ihren Fans, Followern und Kontakten aber auch echten Mehrwert über eine gute Mischung von relevanten Inhalten und verschiedenen Formaten wie Blog-Beiträgen, Podcasts, Videos, Fotos, Events und Live-Videos bieten.

Zusätzlich zu den Unternehmensprofilen ist es empfehlenswert, eigene Gruppen einzurichten und zu moderieren: So lässt sich mit Fans und Kontakten direkt interagieren. Eine weitere Möglichkeit sind Webinare und Online-Seminare – als Teilnehmer können Trainer und Berater hier mit Kollegen ins Gespräch kommen, als Anbieter mit ihren Teilnehmern. Der zusätzliche Vorteil für alle Beteiligten: keine Reisezeit und keine Reisekosten.

Vertriebs-Chance 5: Das gute alte Telefon

Im Zuge der vielen digitalen Möglichkeiten wird oft vergessen, dass Kaltakquise noch genau wie vor 20 Jahren möglich ist: Mit Smartphones kann man telefonieren. Allerdings funktioniert Telefonakquise heute nicht mehr ganz so kalt. Inzwischen kann jeder über virtuelle Medien und ein gut ausgebautes Netzwerk an jeden Kontakt der Welt kommen. Auf Kanälen wie Xing oder LinkedIn etwa sind die Kontaktdaten der gewünschten Person leicht zu finden, was die erste vorsichtige Kontaktaufnahme erleichtert.

Im zweiten Schritt allerdings ist ein Anruf oft sinnvoller: In einem Telefonat

lässt sich hundert Mal mehr sagen als in zehn Nachrichten, es entstehen weniger Missverständnisse und die Kommunikation ist direkt viel persönlicher.

Auch diejenigen, die es vorziehen, den Kontakt zum neuen Kunden virtuell aufzubauen, sollten deshalb zumindest den Abschluss auf jeden Fall telefonisch einholen – auch, um zu prüfen, ob man überhaupt zueinander passt.

Vertriebs-Chance 6: Schreiben

Wer schreibt, der bleibt, das galt schon bei Oma: Das gilt auch für Trainer und Berater, die zu ihrem Thema bloggen und ein eigenes Buch schreiben. Denn Autor zu sein, bedeutet immer eine Erhöhung des Expertenstatus. Der steigert den Bekanntheitsgrad und damit die Reichweite zur Kundengewinnung.

Ein Buch im Eigenverlag herauszugeben, ist allerdings wenig ratsam. Besser

ist es, das eigene Netzwerk und den Expertenstatus vorab so auszubauen, dass es möglich wird, eine Veröffentlichung in einem namhaftem Verlag zu positionieren. Hilfreich sind Veröffentlichungen in Fachmagazinen und -portalen, auf denen Trainer und Berater ihre Zielgruppe erreichen. Deshalb lohnt es sich, persönliche Kontakte zu Redaktionen aufzubauen. Die Ausrede, dass es schon genug Bücher zum eigenen Thema gibt, gilt dabei übrigens nicht.

Vertriebs-Chance 7: Partner

Im Zeitalter der Netzwerkkultur ist es mehr denn je ratsam, auf Kooperationen zu setzen. Es lohnt sich deshalb, Partner zu suchen, um mit ihnen gemeinsame Projekte zu veranstalten, die für alle Beteiligten eine Win-win-Situation darstellen: Sie können so ihre Kompetenzen und auch Netzwerke bündeln, um gemeinsam mehr zu erreichen. Ein Schlüssel zur Kundengewinnung können beispielsweise Multiplikatoren sein, die die gleiche Zielgruppe bedienen, aber ein anderes Expertengebiet abdecken. So können sich die Partner gegenseitig bei ihren Projekten unterstützen.

Petra Polk ■



Die Autorin: Petra Polk ist Unternehmensberaterin, Rednerin, Netzwerk- und Social-Media-Expertin. Sie ist Autorin mehrerer Sachbücher und Bloggerin. Kontakt: www.petrapolk.com

Training *aktuell*

Testen Sie einen Monat lang
Training *aktuell*

Für nur
8€

Testen Sie ...



Training *aktuell*

Eine Ausgabe mit aktuellen Markt-
daten, Branchenwissen, Praxistests,
Seminarbausteinen, Coachingideen,
Trainermarketing und Tools



Trainerkoffer

Für Ihren Testzeitraum richten wir
Ihnen eine Mini-Flat auf 3.000 Tools,
500 Bilder, 200 Inputs
und 80 Musterverträge ein



Fachbücher

Sparen Sie bereits im Testmonat
bis zu 20% beim Kauf von
Büchern und eBooks
der Edition **Training aktuell**



Marktstudie

Laden Sie sich gratis das eBook der
aktuellen Studie
Weiterbildungsszene Deutschland
im Wert von 99,50 EUR

Jetzt einen Monat lang für nur 8,- Euro testen



www.trainingaktuell.de/testen